

КУРС «ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ» НА МЕХАНИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОМ ФАКУЛЬТЕТЕ БГУ

Кремень Ю. А., Кремень Е. В., Романчик В. С.

*Белорусский государственный университет, Минск, Беларусь,
e-mail: kremen@bsu.by, kremenev@bsu.by, romanchik@bsu.by*

Курс «Интернет-маркетинг» разработан для студентов специальности «Математика и информационные технологии» и «Математика (экономическая деятельность, специализация Интернет-маркетинг)» механико-математического факультета Белорусского государственного университета и проводится на 3-м курсе в объеме 68 часов.

Необходимость введения такого курса обусловлена спецификой подготовки специалистов на факультете. Традиционно кроме специальных математических знаний выпускники факультета обладают углубленными знаниями языков программирования, необходимыми теоретическими знаниями в области компьютерных технологий и достаточными умениями для их применения.

На сегодняшний день недостаточно разработать качественный программный продукт. Очень важно продвинуть этот продукт на рынке, обеспечить его востребованность и продаваемость. Еще недавно, до появления Интернета, при выборе продукта потребитель должен был затратить массу времени на получение информации о предполагаемой покупке. Сегодня потребители самостоятельно находят в Интернете всю необходимую информацию, и отдают предпочтение при заказе именно тем продуктам или услугам, о которых нашли наиболее исчерпывающую информацию, информация о которых была найдена быстро, была доступна, а сам продукт или услуга имели положительные отзывы от потребителей. У пользователей нашедших сайт производителя по запросу в поисковых машинах доверие к реализуемому продукту, как правило, гораздо выше, чем у покупателей заинтересовавшимися товаром из рекламы. Пользователю кажется, что он сам без посторонней помощи нашел продаваемый товар, но это не совсем верно. Специалисты по интернет-маркетингу затратили огромный труд, чтобы пользователь нашел именно этот сайт, фактически на выбор пользователя повлияли искусственно, хотя он и не осознает этого. Далеко не всегда продвижением готового продукта на рынке занимаются сами разработчики, но мнение о том, что разработчикам необязательно знать о продвижении продукта в корне ошибочно. Именно разработчики обязаны сделать так, чтобы готовый программный продукт не только обладал требуемой от него функциональностью, но и был удобен в использовании, как для потребителя, так и для сопровождения. В частности обладал широкой линейкой настроек инструментов для продвижения.

В курсе «Интернет-маркетинг» рассматриваются возможности Интернет по привлечению новых клиентов и организации эффективного обслуживания уже имеющихся клиентов, возможности для бизнеса в области интернет-рекламы, способы изучения целевой аудитории, рекламные возможности социальных сетей, вопросы SEO-оптимизации и продвижения сайтов в Интернете, способы PR и распространения информации в Интернете, изучаются рекламные возможности Интернета, способы

сбора конкурентной и бизнес-информации. Центральной идеей образования по дисциплине «Интернет-маркетинг» является необходимость обучения студентов современным информационным веб-технологиям применимым в современном бизнесе и подготовка студентов к профессиональной практической работе в сети Интернет.